

学校编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

学号: 31920091152615

UDC\_\_\_\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

# 面向中国青少年的控烟广告主题研究

What to Convey in Antismoking Advertisements

for Chinese Adolescents?

张芝云

指导教师姓名: 林升栋 教授

专 业 名 称: 传播学

论文提交日期: 2012年 月

论文答辩日期: 2012年 月

学位授予日期: 2012年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2012 年 月

厦门大学博硕士论文摘要库

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

☐ 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于     年     月     日解密，解密后适用上述授权。

☐ 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年     月

## 摘要

青少年时期既是吸烟行为开始的高峰时期，也是进行干预、降低吸烟率的最佳时期。研究表明，控烟广告能够影响青少年吸烟的认知和行为意图，而且主题的选择很重要，但是关于不同主题的效用的证据是有限的而且相互冲突。本文在国内外研究的基础上，从中国独特的文化角度对保护动机理论进行扩展，并开发出15个不同的控烟广告主题，然后对福建省某所高中的496名高一学生进行分组实验。结果发现：危及自身形象和送疾病与死亡这两个主题对中国青少年不吸烟的行为意图的影响最弱，与之相比，模范人物主题对他们的行为意图有显著的影响，危害家人健康和破坏家庭关系主题有比较显著的影响。危及自身形象主题、破坏家庭关系主题和拒绝吸烟的模范人物主题能强化中国青少年的威胁人际关系严重性的认知，市场战略主题出乎意料地对他们的威胁人际关系的易感性认知有显著影响，危害朋友健康主题能强化他们劝诫朋友戒烟的效能感。在实验中，没有一个主题的广告能够显著影响到中国青少年的威胁自己健康和家人健康、破坏家庭和谐的严重性和易感性的认知，也没有广告能够显著影响到他们不吸烟的心理和社交利益认知以及自我效能感。模范人物相对于危及自身形象主题在影响中国青少年除“劝诫陌生人戒烟的效能感”外的其他应对评估认知方面均具有显著的作用，笔者认为，正是这种差异导致两个主题对中国青少年不吸烟的行为意图上具有显著差异，因此提高中国青少年的应对评估认知比提高他们的威胁评估认知更可能影响他们不吸烟的行为意图。本文建议，面向中国青少年的控烟广告应优先考虑采用“拒绝吸烟的模范人物”的主题，在本研究扩展保护动机理论里应该再增加两个维度——威胁面子的严重性和易感性认知。

**关键词：**中国青少年 保护动机理论 控烟广告主题

## Abstract

Adolescence is not only the peak time that the teenagers start to smoke, but also the best time to intervene and reduce the smoking probability. Research shows that anti-smoking advertisements can affect the teenage smoking cognition and behavior intention, and the themes are very important. But the evidence about the utility of different themes is limited and conflict. This paper developed 15 different themes of antismoking advertisements based on the researches at home and abroad, and extended protective motivation theory from Chinese unique cultural perspective. Then the author tested the effectiveness of 15 antismoking themes in a middle school of Fujian province, China. This paper finds that Destroying Self Image and Sending Disease and Death influence teenagers' behavior least. Compared with them, Refusal Skill Role Model has the most significant effect to their behavior. Endangers Family Health and Breaking Family Relation has the significant effect. Three themes enhance social risk perceptions: Destroying Self Image, Breaking Family Relation and Refusal Skill Role Model. Marketing Tactics unexpectedly bolstered the teenagers' perceived vulnerability to social disapproval risks. Endanger Friends Message Theme could affect efficacy at persuading friends to give up smoking. No themes can affect the young's cognition of the severity and vulnerability of endangering self and other's health and family's harmony, as well as the cognition of the psychological cost for self and social cost and self-efficacy. Compared with Destroying Self Image, Refusal Skill Role Model has the significant effect to the teenagers' coping appraisal expect the efficacy at persuading strangers to give up smoking. The author thinks that is why these two themes significantly differ in the

influence to smoking behavior. So improving the teenagers' coping appraisal may be more likely to influence the smoking behavior than Treat appraisal. On the basis of our findings, when policy officials and advertising agencies design antismoking campaigns for adolescents, they should seriously consider using Refusal Skill Role Model. And it will be better to add two dimensions of cognition of Severity and Vulnerability of Endangering Face the Extended Protection Motivation Theory.

**Keyword:** Chinese adolescents; Protective Motivation; Antismoking Advertisements

## 目 录

第一章 前 言 .....	1
第二章 文献综述 .....	4
2.1 青少年吸烟行为的研究 .....	4
2.2 保护动机理论 .....	6
2.3 面向青少年的控烟广告主题 .....	10
第三章 理论模型和研究问题 .....	15
3.1 扩展的保护动机理论 .....	15
3.2 控烟广告主题 .....	18
3.3 研究问题 .....	29
第四章 研究方法 .....	31
4.1 施测材料准备 .....	31
4.2 测查内容 .....	32
4.3 被试与程序 .....	36
第五章 研究结果 .....	37
5.1 样本总体情况 .....	37
5.2 控烟广告主题对行为意图的影响 .....	39
5.3 控烟广告主题对认知因素的影响 .....	44
5.4 认知因素和行为意图 .....	50



第六章 讨论和建议 .....	55
6.1 主要研究结果.....	55
6.2 研究贡献和建议.....	58
6.3 研究局限 .....	59
附 录 .....	62
参考文献.....	67
致 谢 .....	76
攻读硕士学位期间正式发表论文情况 .....	78

## Table of Contents

<b>Chapter 1 Introduction .....</b>	<b>1</b>
<b>Chapter 2 Literature Review .....</b>	<b>4</b>
2.1 Smoking Behavior of Adolescents .....	4
2.2 Protective Motivation Theory .....	6
2.3 Themes of Antismoking Advertisements for Adolescents .....	10
<b>Chapter 3 Theoretical Model and Research Questions .....</b>	<b>15</b>
3.1 Extended Protective Motivation Theory .....	15
3.2 Message Themes of Antismoking Advertisements .....	18
3.3 Research Questions .....	29
<b>Chapter 4 Research Methods .....</b>	<b>31</b>
4.1 Preparation of Experimental Materials .....	31
4.2 Contents of Test .....	32
4.3 Experiential Subject and Procedures .....	36
<b>Chapter 5 Research Results .....</b>	<b>37</b>
5.1 Research Sample .....	37
5.2 Influence of Themes to Intentions .....	39
5.3 Influence of Themes to Cognitions .....	44
5.4 Intentions not to Smoke and Cognitions .....	50
<b>Chapter 6 Final Discussion and Suggestion .....</b>	<b>55</b>
6.1 Summary of Main Results .....	55
6.2 Substantive Contributions and Implications .....	58
6.3 Research Limitations .....	59

<b>Appendix .....</b>	<b>62</b>
<b>Reference .....</b>	<b>67</b>
<b>Acknowledgements .....</b>	<b>76</b>
<b>Papers Published during Master .....</b>	<b>78</b>

厦门大学博士论文摘要库

厦门大学博硕士论文摘要库

## 第一章 前言

青少年时期既是吸烟行为开始的高峰时期，也是进行干预、降低吸烟率的最佳时期。研究表明，大多数成年吸烟者都是从青少年时期开始尝试吸烟并养成吸烟习惯的。青少年开始吸烟的年龄越早，越有可能对尼古丁产生依赖性并在成年期成为规律吸烟者，成功戒烟的可能性就越小。<sup>[1]</sup>

在我国，青少年吸烟问题虽然日益引起人们的注意，却并未见解决的迹象。调查显示，我国青少年吸烟率和尝试吸烟率均呈逐年上升趋势。我国烟民正趋于低龄化，开始吸烟的年龄提前了4-5岁，少数烟民开始抽烟的年龄甚至在10岁以下。<sup>[2]</sup>这些触目惊心的数据再次说明了青少年控烟迫在眉睫。

实践表明，推行控烟运动对于降低人群的吸烟率具有非常重要的作用。在上个世纪就开始积极推行控烟运动的国家，控烟带来的益处已逐渐显现。比如，美国从1965年开始推行控烟运动，全国平均吸烟率已经从1965年的50%下降到了现在的23%，控烟40年减少了数十万人因吸烟所致死亡。<sup>[3]</sup>在各种控烟运动中，控烟广告运动更是功不可没。大量的研究表明，控烟广告能够影响青少年的吸烟行为。<sup>[4, 5]</sup>由于意识到青少年控烟的重要性，美国各大州的以青少年为诉求对象的控烟广告从1986的1个上升到2002年的20多个。<sup>[6]</sup>

这些控烟广告使用各种各样的主题。例如，图1.1(a)诉求吸烟会危害自己的健康，图1.1(b)诉求吸烟会危害家人的健康，图1.1(c)揭露烟草公司卖给消费者的实际上是严重的疾病甚至死亡，图1.1(d)诉求吸烟会危害陌生人健康，图1.1(e)诉求吸烟会危害朋友健康，图1.1(f)诉求吸烟会对美貌造成伤害，图1.1(g)诉求明星都拒绝吸烟，图1.1(h)诉求吸烟就是上了烟草公司的钩。

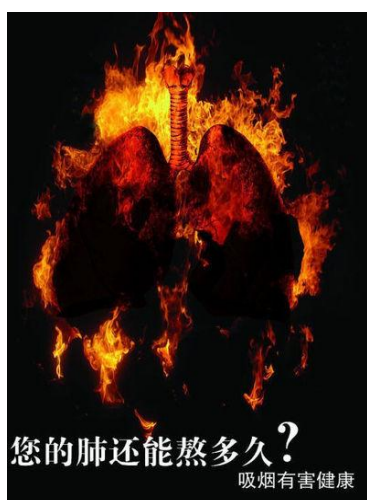


图 1.1(a)



图 1.1(b)

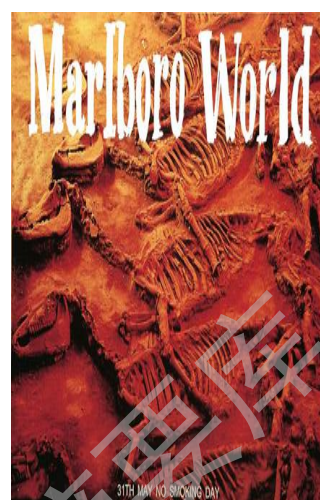


图 1.1(c)



图 1.1(d)



图 1.1(e)



图 1.1(f)



图 1.1(g)



图 1.1(h)

图1.1 各种各样的控烟广告

研究表明，控烟广告主题的选择很重要，并不是所有主题都是有效的。但是关于不同的控烟广告主题的效果的证据是有限的而且相互冲突。例如，美国青少年研究机构发布的一个报告称以健康诉求为主题的控烟广告是有效的，<sup>[7]</sup>

但是Uusitalo和Nyrhinen的研究却认为描述吸烟对健康的危害的控烟广告对青少年是无效的。<sup>[8]</sup>又如，美国佛罗里达州曾报告说该州推行的攻击烟草工业的控烟广告是有效的，因为调查显示该州的初中和高中生的吸烟率分别下降了40%和16%。<sup>[9]</sup>但是后来的监测显示在没有发动控烟广告运动的美国南部地区也有相当接近的下降比率（30%和14%）。<sup>[10]</sup>因此，该州青少年吸烟率的下降可能是由于宏观趋势，而不是一个广告的特别效果。因此，攻击烟草工业的广告是否有效仍然是不清楚的。

在我国，必须解决的最基本的问题是：与不作为相比，是否使用任何一个控烟广告主题都能劝阻青少年吸烟？如果不是，那么到底什么样的控烟广告主题对青少年是有效的？为了解决这个问题，伍静参照美国学者Pechmann等人2003年的研究，结合保护动机理论，通过实验来验证Pechmann等人的研究框架下的8个控烟广告主题对中国青少年是否有效。结果发现，这8个控烟广告主题，对于中国女性青少年几乎都是有效的，但是对于男性青少年来说却几乎都是无效的。<sup>[11]</sup>这就需要我们跳出西方的研究框架，因为一个特定的控烟广告主题是否有效很可能与其所处的文化情境有关。Reardon等学者研究了控烟广告的效价和强度对美国中西部、一些欧洲国家和亚洲国家的青少年的不同作用。他们发现，当青少年处理控烟广告信息时，文化维度中的不确定性回避是一个非常重要的调节变量。<sup>[12]</sup>因此，研究控烟广告主题的有效性必须充分考虑文化因素的影响。

本文在国内外现有的研究的基础上，从中国特色的文化角度和青少年吸烟行为的特点，对保护动机理论进行扩展，并开发出15个不同的控烟广告主题，然后通过实验来验证每个主题影响中国青少年对吸烟的认知和行为意向的有效性，以探索出能有效降低中国青少年吸烟率的控烟广告主题，帮助我国制订出适合青少年特点的切实可行的控烟广告，达到延缓或减少青少年的吸烟行为的目的。

## 第二章 文献综述

### 2.1 青少年吸烟行为的研究

国内外学者们对青少年吸烟行为展开了大量的研究。国内一些城市，如北京、杭州、济南、青岛、武汉、石家庄等都已经开展了青少年吸烟方面的各种调查研究，各地得出的青少年尝试吸烟率从14.96%到35.80%不等。<sup>[13, 14, 15, 16, 17]</sup>但是这些调查报告侧重的是人口统计学的分析，而且研究多局限于特定群体或区域。

同时，青少年吸烟行为产生的原因及机制的探讨也越来越引起了国内外学者的重视。已有的研究显示：青少年吸烟的原因和影响因素包括个人因素（如好奇心）、同伴影响（如好朋友/同学劝吸）、成人榜样作用（如父母、老师和影视人物对学生吸烟的影响）、烟草广告和社会风气（如社交场所的递烟、敬烟）等。<sup>[18, 19, 20, 21]</sup>

很多健康行为理论——诸如理性行为理论、计划行为理论、健康信念模型、恐惧驱动模型、保护动机理论等都认为认知因素可以影响行为，因此常常被用于吸烟行为的研究，并用来帮助预测或者解释研究结果。

理性行为理论主要用于对吸烟等成瘾行为的研究，在保留“个人行为追求利益最大化”的前提下，也考虑到“个人的习惯和迷恋”，这就形成了理性成瘾模型。它可以解释为什么有些人在香烟涨价后会减少自己的吸烟行为，同时又有人尽管明白吸烟会降低行为人效用水平，但由于吸烟能体验到快乐，还是坚持自己的嗜好。<sup>[22] 244</sup>

计划行为理论常常被用以研究大部分人的戒烟行为。例如，Norman等人探索了计划行为理论在检测戒烟意图上的有用性，并且对参加初级医疗保健的吸



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库